

---

## María del Mar LÓPEZ TALAVERA (2016)

*Ética en los medios de comunicación. Prensa, radio, tv y cine*

Editorial UOC, Barcelona

María del Mar López Talavera es Doctora en Ciencias de la Información y Máster en Periodismo Audiovisual por el IEPA. Actualmente es vicepresidenta y secretaria de la Asociación de Docentes e Investigadores en Ética y Deontología de la Comunicación (ADIEDEC). Docente de Deontología de la Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid recorre a lo largo de las páginas de este texto algunos de los retos a los que se enfrenta la Ética y Deontología de la Comunicación en el contexto social actual.

Este manual, publicado por la editorial UOC -Universitat Oberta de Catalunya-, está escrito de forma clara, usa un lenguaje asequible y, como señala Porfirio Barroso en el prólogo, es reflejo de la experiencia docente adquirida por la autora a lo largo de los años. Se trata de una obra dirigida a quienes estudian ética y deontología de la comunicación.

Este texto consta de nueve capítulos, escritos en 218 páginas. Entre sus páginas se incluyen algunos textos breves en los que se describe alguna situación problemática, y que sirven para incentivar la discusión partiendo de la reflexión sobre casos reales y concretos. La autora sitúa las fuentes bibliográficas usadas al final de cada capítulo.

El marco de reflexión y análisis en el que la profesora López Talavera sitúa la deontología profesional es el de la ética entendida desde una perspectiva filosófica, como una constante humana, correlativa a la racionalidad. Así se pone de manifiesto en el primer capítulo “Introducción a la ética”, en el que examina el concepto de ética desde diferentes perspectivas. La autora encuentra en las obras clásicas de la literatura griega, como la *Iliada* y la *Odisea* una referencia a un sentido ético de la acción humana previo a los posteriores desarrollos filosóficos. Toma la distinción clásica entre actos humanos y actos del hombre para subrayar cómo la dimensión ética de las acciones humanas corresponde a los actos libres, voluntarios, conscientes y responsables. Distingue las dimensiones sociales y personales de la conducta ética, así como señala la diferencia entre ética y derecho, destacando el nivel coercitivo o punitivo de este último. La autora, valora positivamente el marco que ofrece la

ética aristotélica, destacando el papel de la *recta ratio* que modera el juicio práctico librándolo de la posible imperfección -por exceso o por defecto- de la acción.

Ya en el segundo capítulo, “Hacia una ética profesional”, la autora se pregunta por el valor de la ética profesional, una forma de la ética aplicada que contribuye a reforzar la identidad profesional y se orienta por medio de normas y principios compartidos por la profesión. López Talavera subraya que estas normas no funcionan como “recetas”, sino que aportan a los profesionales “la capacidad para reflexionar y analizar críticamente las situaciones a las que se deben enfrentar en el desempeño de su labor” (p. 38). Entiende que la deontología profesional, expresada a través de normas de conducta, resulta vinculante para todo el colectivo profesional ya que su reconocimiento contribuye a proteger el comportamiento ético de los profesionales y a preservar la identidad de la profesión.

En el capítulo tercero “La ética del periodista y del comunicador audiovisual” se presentan las razones que motivan o no a mantener posiciones a favor de la ética. Entre las que le restan fuerza, debido a razones históricas, se encuentra entender de forma confusa la ética periodística como una forma de autocensura; el influjo de las conductas políticas; las presiones empresariales; o, en última instancia, la conciencia del profesional para quien el fin puede justificar los medios empleados. Por el contrario, a favor de un trabajo profesional guiado por los principios éticos se encuentran, la necesidad de sostener la credibilidad periodística; su repercusión en la calidad informativa; el interés por reforzar la identidad profesional; y la necesaria unidad empresarial para la que deben trabajar periodistas y empresarios del sector.

A partir del cuarto capítulo la autora irá desgranando aspectos éticos de la actividad profesional del comunicador. Por lo que se refiere a la actividad periodística, se especifican algunos derechos y deberes profesionales. Trata de la integridad del profesional que se manifiesta en no aceptar sobornos, en el deber del secreto profesional, la protección de la cláusula de conciencia, así como el derecho y el deber de rectificar. También aborda las cuestiones referidas a la verdad informativa: distinción entre información y opinión; atribución de fuentes; la necesidad de contrastar la información; así como de reflejar diversas opiniones. En este sentido, la autora subraya que la verdad debe hacerse pública cuando aporta algún bien y beneficio estimable para la sociedad, enmarcando uno de los criterios periodísticos clave en la toma de decisiones profesionales. Del mismo modo señala la necesidad de usar medios justos para obtener la información, así como hace referencia al tratamiento

adecuado de informaciones de especial repercusión como son aquellas que versan sobre suicidio o violencia. En el texto se puede encontrar una sección dedicada al uso de imágenes y su manipulación. Se dedica un amplio apartado a tratar los principios deontológicos que se dirigen a respetar el honor, la intimidad y la dignidad de las personas. Respecto a la publicidad, se señala la necesidad de distinguirla claramente de la información y los problemas que plantea la publicidad subliminal, así como posibles situaciones de incompatibilidad profesional en las que el periodista debería abstenerse de hacer publicidad y propaganda. En otra sección se hace referencia a la especial protección que merecen los menores, así como a los efectos del consumo de televisión y se otorga un papel relevante a la formación de los padres. La autora también presta atención a la responsabilidad social del cineasta. Por último, dedica el capítulo noveno al valor de los códigos deontológicos.

En definitiva, este libro revisa de forma sintética los temas clásicos de la ética periodística. Se estructura a veces atendiendo a los temas tratados, otras girando en torno a la distinción entre los diferentes soportes –imagen, radio, televisión–, los productos –publicidad, cine– o a los diferentes roles profesionales –periodista, productor, contertulio–, y ofrece, al finalizar cada capítulo, un elenco de casos prácticos sobre los que formula algunas preguntas que sirven para la reflexión personal, así como permiten abrir un coloquio o debate sobre el problema planteado.

*Mónica Codina*  
*Ética y Deontología de la Comunicación*  
*Universidad de Navarra*

